



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatif. Menurut Kriyantono (2009, h. 60) penelitian eksplanatif merupakan penjelasan hubungan antara dua atau lebih variabel. Penelitian eksplanatif ini terbagi menjadi dua sifat yakni komparatif dan asosiatif. Komparatif adalah penelitian yang membandingkan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya yang sejenis. Sedangkan asosiatif merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan atau kolerasi antara variabel. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis penelitian eksplanatif yang bersifat asosiatif yang mana, peneliti akan menjelaskan hubungan konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula (survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @jokowi.amin).

Penelitian kuantitatif memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Desain yang disampaikan lebih spesifik, jelas, dan rinci.
2. Tujuannya adalah untuk menguji teori dan menunjukkan adanya sebab akibat antara dua atau lebih variabel.
3. Menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara terstruktur sebagai teknik pengumpulan data.

1. Instrument yang digunakan adalah angket, *test*, wawancara terstruktur, serta instrument yang standar.
2. Data yang dihasilkan adanya kuantitatif dengan hasil pengukuran variabel.
3. Sampel dalam penelitian kuantitatif sudah ditentukan sejak awal, dapat dilakukan secara random, representatif, dan memiliki sampel yang besar.
4. Statistik merupakan alat untuk menguji hipotesis dan menganalisis data secara deduktif.
5. Hubungan antara peneliti dan responden dibuat berjarak, kedudukan peneliti lebih tinggi dari responden, dan hanya memerlukan jangka pendek hingga hipotesis dapat dibuktikan.
6. Ulasan desain masalah dirumuskan dengan spesifik dan jelas, perumusan hipotesis serta penulisannya harus rinci dan jelas sebelum terjun ke lapangan.
7. Penelitian dianggap selesai saat semua rangkaian kegiatan sudah terlaksana
8. Kepercayaan terhadap hasil penelitian melalui uji validitas dan realibilitas instrument (Sugiono, 2014, h. 14).

3.2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode survei yang penelitiannya dengan populasi besar ataupun kecil yang mana bertujuan

untuk menemukan kejadian secara relatif, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis melalui data sampel yang diambil dari populasi tersebut (Kerlinger dalam Sugiono, 2018, h. 35). Neuman W Lawrence juga menyatakan bahwa dalam penelitian survei, peneliti memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden berupa keyakinan, pendapat, karakteristik dan perilaku yang telah berlalu atau sedang berjalan.

Penelitian survei bertujuan untuk mengukur nilai variabel, menguji hipotesis dari sampel yang diambil dengan populasi tertentu. Penelitian survei dapat bersifat deskriptif, komparatif, asosiatif, komparatif asosiatif, dan hubungan struktural. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian survei ini merupakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji beberapa hipotesis dengan sampel melalui populasi tertentu yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan yang tidak mendalam dan hasil dari penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dengan penentuan oleh peneliti untuk dipelajari yang nantinya akan ditarik satu kesimpulan. Populasi tidak hanya sebatas orang, akan tetapi obyek dan benda alam lainnya merupakan populasi.

Populasi tidak hanya dilihat melalui jumlah tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut karena satu orang saja dapat dikatakan sebagai populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah *followers* instagram @jokowi.amin yang masih atau baru menjadi pemilih pemula pada pilpres 2019 yang diselenggarakan pada tanggal 17 April 2019. Akun instagram @jokowi.amin mempunyai 495.000 *followers* yang populasinya bercampur rata baik dari gender maupun umur.

Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan pemilih pemula merupakan warga Negara Republik Indonesia yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. Para pemilih pemula yang dimaksud adalah para pelajar atau mahasiswa yang berumur 17-21 tahun (Ratnamulyani & Maksudi, 2018, h.157).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi dalam penelitiannya terlalu besar, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut akan tetapi, sampel dari populasi harus sangat mewakili. Jika sampel tersebut tidak mewakili dari populasi maka hasil penelitian tersebut dinyatakan tidak akurat (Hermawan, 2006, h. 155).

Teknik *sampling* terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik

pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau *purposive/judgemental sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan proses penarikan sampel yang bersifat subyektif dengan elemen-elemen populitas yang tidak dapat ditentukan (Hermawan, 2006, h. 155). Hal ini dikarenakan setiap elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. *Purposive sampling* atau penarikan sampel berdasarkan pertimbangan terjadi jika peneliti ingin memilih anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Error tolerance (toleransi kesalahan)

Jumlah anggota *WhatsApp Group* SUV Brotherhood adalah 495.000 orang.

N = 495.000 orang

e = 5% = 0,05

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{495000}{1 + 495000(0.05)^2}$$

$$n = 399.6770286637 = 400 \text{ orang}$$

3.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma sederhana yang terdiri atas satu variabel independen dan variabel dependen. Variabel X yaitu pengaruh konten media sosial dipengaruhi oleh variabel Y yaitu *engagement* pemilih pemula. Berikut peneliti jabarkan pengertian dari ketiga variabel yang digunakan menurut Sugiyono (2018, p. 39):

a. Variabel independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, konten media sosial menjadi variabel independen.

b. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, *engagement* menjadi variabel dependen.

Adapun operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Table 3.1 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Konten Media	<i>Correct</i>	Kebenaran posisi informasi	Likert
	<i>Clear</i>	Pesan yang jelas	
	<i>Concise</i>	Informasi yang mudah dipahami	
	<i>Concrete</i>	Informasi yang konkret	Likert

Sosial (X) Solis (2010, h.263)		Informasi yang spesifik	
	<i>Coherent</i>	Informasi yang masuk akal	
	<i>Complete</i>	Kelengkapan Informasi	
	<i>Courteous</i>	Penyampaian pesan yang bijaksana	
Engagement (Y) Voorveld, Noort, Muntingan & Bronner (2018, h.7)	<i>Entertainment</i>	Merasa terhibur terhadap pesan	Likert
	<i>Positive emotion related to content</i>	Merasa emosi positif terkait konten	
	<i>Pastime</i>	Merasa terisinya waktu luang	
	<i>Stimulation</i>	Merasa antusias terhadap pesan	
	<i>Identification</i>	Merasa dapat mengidentifikasi pesan	
	<i>Practical use</i>	Merasa terlibat dengan pesan	
	<i>Social interaction</i>	Merasa terlibat dengan lingkungan sosial	
	<i>Empowerment</i>	Merasa dapat membantu orang lain	

Sumber : Hasil penjabaran penelitian

Table 3.2 Operasional Variabel beserta Pernyataan Kuesioner

Variabel Penelitian	Dimensi	Pernyataan	Kode
	<i>Correct</i>	Dalam konten @jokowi.amin informasi yang disampaikan sesuai dengan isu pilpres 2019	X1
		Konten @jokowi.amin memberikan informasi yang bermanfaat terkait pilpres 2019	X2
	<i>Clear</i>	Dalam akun instagram @jokowi.amin, informasi	X3

Konten Media Sosial (X) Solis (2010, h.263)		yang disampaikan tentang pilpres 2019 mudah dipahami		
		Penggambaran konten @jokowi.amin melalui gambar/foto/video/story/grafis mudah dipahami	X4	
	<i>Concise</i>	Penggambaran dalam konten @jokowi.amin ringkas dan rinci	X5	
	<i>Concrete</i>	Konten @jokowi.amin memberikan informasi yang nyata terkait pilpres 2019	X6	
		Penggambaran terkait pilpres 2019 di instagram @jokowi.amin <i>up to date</i>	X7	
		Penggambaran konten @jokowi.amin dapat dipercaya terkait pilpres 2019	X8	
	<i>Coherent</i>	Penyampaian informasi dalam konten @jokowi.amin disampaikan dengan logis	X9	
	<i>Complete</i>	Adanya penyampaian program kerja dalam konten @jokowi.amin	X10	
		Adanya penyampaian visi-misi dalam konten @jokowi.amin	X11	
	<i>Courteous</i>	Terdapat nilai kepemimpinan dalam penggambaran konten @jokowi.amin	X12	
		Konten @jokowi.amin menyampaikan karakteristik pemimpin bangsa	X13	
		<i>Entertainment</i>	Saat membaca instagram @jokowi.amin, saya menikmati postingan yang diberikan	Y1

<p><i>Engagement</i> (Y)</p> <p>Voorveld, Noort, Muntingan & Bronner (2018, h.7)</p>		Saat membaca instagram @jokowi.amin, saya merasa senang dengan postingan yang diberikan	Y2	
		Saat membaca instagram @jokowi.amin, saya merasa santai dan tenang dengan postingan yang diberikan	Y3	
	<i>Positive emotion related to content</i>		Saya merasa postingan @jokowi.amin tidak mengganggu keterlibatan saya pada pilpres 2019	Y4
			Saya merasa postingan @jokowi.amin tidak membuat saya sedih untuk terlibat pada pilpres 2019	Y5
	<i>Pastime</i>	Saya merasa postingan @jokowi.amin selalu mengisi waktu luang saya	Y6	
	<i>Stimulation</i>	Saat membaca postingan instagram @jokowi.amin, saya merasa antusias untuk terlibat dalam pilpres 2019 (seperti <i>menshare, comment, dan like</i> kepada teman)	Y7	
	<i>Identification</i>		Melalui postingan @jokowi.amin, saya lebih mengenal diri saya sebagai pemilih pemula	Y8
			Melalui postingan @jokowi.amin, saya dapat memberikan pendapat saya terkait isu-isu yang terjadi pada pilpres 2019	Y9
	<i>Practical use</i>		Postingan @jokowi.amin mendorong keterlibatan saya untuk mengunjungi situs instagram @jokowi.amin	Y10
			Postingan @jokowi.amin mendorong keterlibatan saya untuk mencari	Y11

		informasi tentang pilpres 2019	
		Saya merasa informasi yang saya dapatkan melalui postingan @jokowi.amin kredibel	Y12
	<i>Social interaction</i>	Postingan @jokowi.amin mendorong saya untuk membagikan informasi (<i>share</i>) pilpres 2019 dengan teman saya	Y13
		Informasi instagram @jokowi.amin mendorong saya untuk memberikan komentar (<i>comment</i>) pada postingan yang diberikan	Y14
	<i>Empowerment</i>	Melalui postingan @jokowi.amin , saya merasa dapat membantu teman saya ketika menanyakan informasi seputar pilpres 2019	Y15
		Melalui postingan @jokowi.amin, saya merasa memberikan pengaruh positif kepada teman saya terkait informasi pilpres 2019	Y16

Sumber : Hasil penjabaran penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran angket atau kuesioner yang disebarakan kepada *followers* instagram @jokowi.amin yang telah dibentuk sedemikian rupa sesuai dengan dimensi serta indikator dari masing-masing variabel. Menurut Sugiono (2014, h. 142) kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan atau menyebarkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang cocok dilakukan bagi mereka yang mempunyai banyak responden. Kuesioner ini dapat diberikan secara langsung kepada responden atau melalui perantara seperti pos atau media seperti media sosial.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah bentuk *checklist* dengan membagi jawaban menjadi 4 tingkatan, yaitu :

- a. Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Nilai 2 : Tidak Setuju (TS)
- c. Nilai 3 : Setuju (S)
- d. Nilai 4 : Sangat Setuju (SS)

Hasil dari penyebaran kuesioner ini nantinya akan dihitung menggunakan SPSS 25 (*Statistic Package for Social Science*).

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber buku baik cetak maupun *online* (*ebook*), jurnal *online* untuk membantu penelitian ini dalam mencari pengaruh antara variabel.

3.6 Teknik Pengukuran Data : Uji Validitas dan Reliabilitas

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji realibilitas dan validitas pengukuran yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan (*reliable*) serta mampu mengukur konstruk yang hendak diukur (*valid*). Alat yang valid atau *reliable*, sehingga tingkat validitas suatu alat ukur merupakan hal yang sangat menentukan bagi terkumpulnya data yang berkualitas.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Jika item kuesioner tersebut tidak *valid* maka hasil yang didapatkan tidak dan harus dibuang atau diperbaiki.

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument (tes) dalam melakukan fungsi ukurannya. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur (Azwar dalam Priyanto, 2016, h. 143). Anastasia & Urbina dalam Priyanto, 2016, h.144 juga menyatakan bahwa validitas merupakan apa dan seberapa baik suatu alat tes dapat diukur, sedangkan reliabilitas merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika diuji berulang kali dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda dibawa kondisi pengujian yang berbeda.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya alat ukur atau instrumen yang digunakan untuk mengukur sesuatu yang hendak diukur. Alat ukur dapat dikatakan *valid* jika instrumen penelitian mampu mengukur konsep atau variabel penelitian yang akan diukur, yaitu dalam penelitian ini variabel (X) konten media sosial dan variabel (Y) *engagement* pemilih pemula.

Untuk menguji validitas pengukuran, digunakan *factor analysis* yang memiliki kemampuan untuk mengetahui apakah variabel tersebut memang berada pada dimensinya. Idealnya indikator-indikator dari suatu dimensi akan mengelompok dalam satu faktor. Untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti harus mendapatkan minimal 30 responden yang nantinya akan diuji apakah indikator dalam kuesioner tersebut sudah memenuhi persyaratan penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian ini digunakan uji validitas dengan faktor analisis *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) dasar keputusan untuk valid tidaknya indikator-indikator yang diteliti adalah : Jika nilai $KMO \geq 0.5$ dengan signifikansi ≤ 0.05 berarti indikator-indikator konsep yang diuji dalam penelitian

ini layak difaktor-analisisikan dalam Ghozali (2018, h. 57)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,622
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	169,519
	df	78
	Sig.	,000

Sumber : Hasil analisis SPSS 25

Hasil uji validitas dengan faktor analisis variabel (X) konten media sosial menunjukkan nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) adalah sebesar 0.622. Dengan kata lain, variabel konten media sosial valid, karena lebih besar daripada 0.50 ($0.622 > 0.50$) dengan hasil *Bartlett's Test* menunjukkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti indikator-indikator konsep atau variabel independen (X) yang diuji dalam penelitian ini layak dianalisis.

Sedangkan hasil uji validitas untuk indikator-indikator konsep/variabel dependen dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,604
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	173,470
	df	120
	Sig.	,001

Sumber : Hasil analisis SPSS 25

Hasil uji validitas dengan faktor analisis variabel (Y) *engagement* menunjukkan nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) adalah sebesar 0.604. Dengan kata lain, variabel *engagement* valid, karena lebih besar daripada 0.50

(0.604 > 0.50) dengan hasil *Bartlett's Test* menunjukkan signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ yang berarti indikator-indikator konsep atau variabel dependen (Y) yang diuji dalam penelitian variabel ini layak difaktor-analisiskan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Jika instrumen kuesioner tidak *reliable*, maka hasil penelitian tersebut tidak dapat dipercaya. Azwar menyatakan bahwa reliabilitas itu berasal dari kata *reliability* yang artinya sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajengan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya (Priyanto, 2016, h. 154).

Ketika selesai melakukan uji validitas, maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas yang mana item-item dalam uji reliabilitas merupakan item yang *valid*. Untuk menguji realibilitas pengukuran digunakan *alpha cronbach* yang tujuannya untuk melihat *internal consistency*, yaitu sejauh mana homogenitas item-item yang menjadi indikator untuk mengukur variabel tersebut.

Dasar pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika *Cronbanch's Alpha* > 0.70 maka reliabel

2. Jika *Cronbach's Alpha* < 0.70 maka tidak reliable

Tabel 3.5 Uji Reliabel Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,834	13

Sumber : Hasil analisis SPSS 25

Hasil uji reliabilitas dengan faktor analisis variabel (X) konten media sosial menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.834. Dengan kata lain, variabel konten media sosial dapat dikatakan *reliable*, karena alpha lebih besar daripada 0.7 (0.834 > 0.70).

Tabel 3.6 Uji Reliabel Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,799	16

Sumber : Hasil analisis SPSS 25

Hasil uji reliabilitas dengan faktor analisis variabel (Y) *engagement* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.799. Dengan kata lain, variabel *engagement* dapat dikatakan *reliable*, karena alpha lebih besar daripada 0.7 (0.799 > 0.70).

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data terbagi menjadi dua yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Peneliti akan menggunakan teknik analisis data secara deskriptif dan inferensial yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut :

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang dalam penyampaiannya mendeskripsikan, menarasikan, dan menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu sesuai dengan hasil dalam penelitian (Kriyantono, 2009, h. 167).

3.7.2 Statistik Inferensial

Statistik inferensial digunakan untuk riset eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Penggunaan teknik statistik inferensial dibedakan antara penelitian eksplanatif yang asosiatif dan yang bertujuan komparatif. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis ini dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Dalam analisis regresi linier sederhana, dibutuhkan penentuan hipotesis penelitian terlebih dahulu. Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini :

H_0 : Hipotesis nol menunjukkan tidak adanya pengaruh konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula. (Survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @jokowi.amin)

H_1 : Hipotesis *alternative* menunjukkan adanya pengaruh konten media sosial terhadap *engagement*

pemilih pemula. (Survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @jokowi.amin)

Teknik regresi linier sederhana digunakan peneliti karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji ada tidaknya hubungan antara variabel X dan Y

Berikut adalah persamaan regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Penjelasan :

Y = variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas / dependen yang diprediksi)

X = variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA